

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi Penelitian**

Sebagai lokasi dalam penelitian ini, penulis hanya mengambil 39 sample industri keramik dari total keseluruhan 64 industri keramik yang berada seluruh Kecamatan yaitu Kecamatan Lowokwaru, Kecamatan Blimbing, Kecamatan Kedung Kandang, dan Kecamatan Klojen Kota Malang.

##### **B. Jenis Penelitian**

Dilihat dari tujuan penelitian yaitu meneliti tentang identifikasi struktur pasar pada usaha kecil dan menengah pada industri keramik di Kota Malang, Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis mengambil 39 sample usaha kecil dan sedang industri keramik yang berada di seluruh Kecamatan di Kota Malang.

##### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan diambil dari seluruh usaha kecil dan menengah industri keramik yang berada seluruh Kecamatan Kota Malang yang berjumlah sebanyak 64 industri keramik. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah simple random sampling, atau pengambilan data yang dilakukan secara acak yang sesuai dengan sampel yang diperlukan. Berdasarkan industri yang telah ditentukan dari populasi keseluruhan yang berjumlah 64 industri keramik yang berada seluruh Kecamatan di Kota Malang dipilih 39 industri

keramik sebagai sampel. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

**Dimana :**

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tarif Signifikan / Standart eror

dibutuhkan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

Dalam penelitian ini diketahui

$$\begin{aligned} N &= 64 \\ e &= 10 \% = 0,01 \end{aligned}$$

sehingga dapat dihitung jumlah minimal sampel yang dipakai oleh peneliti sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{6}{1 + 6 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{6}{1 + 0,6}$$

$$n = 39$$

jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 39 sampel industri keramik

#### **D. Pengumpulan data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa :

1. Data Primer yaitu data yang diambil secara langsung dari sumbernya melalui proses pengumpulan data dari pihak lain melalui wawancara dan penyebaran angket kuisioner pada produksi usaha kecil dan menengah pada industri keramik di Kota Malang.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi yang berhubungan langsung dengan objek penelitian seperti BPS dan data dari hasil survey dinas koperasi kota malang tahun 2009 yang berhubungan dengan masalah yang diteliti guna melengkapi data Primer.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Merode pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Kuisionerndaftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dan responden yang telah dipilih pada pengerajin sepatu di Kota Malang.

#### **F. Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan yaitu Pertama penulis akan meninjau pangsa pasar pada pelaku usaha dan tingkat konsentrasi pasar yang ada, lalu melihat para pemain utama pada industri keramik tersebut. Sehigga digunakan beberapa metode untuk melihat pangsa pasar dan tingkat konsentrasi yang ada, adapun beberapa metode tersebut yaitu :

##### **a) Pangsa Pasar (*Market Share*)**

Seluruh perusahaan memiliki pangsa pasar yang berbeda dari perusahaan lain, dengan kisaran antara 0 – 100 persen dari keseluruhan total penjualan yang berada di pasar. *Market Share* atau Pangsa Pasar memberi gambaran tentang

keuntungan yang diperoleh perusahaan dari total hasil penjualannya. Sehingga adapun beberapa kriteria Pangsa Pasar yang harus diketahui adalah sebagai berikut (Baladina, 2012):

- Monopoli murni, bila suatu perusahaan memiliki hasil 100% dari pangsa pasar.
- Perusahaan Dominan, bila memiliki hasil 80 – 100 % dari pangsa pasar dan tanpa pesaing kuat.
- Oligopoli ketat, jika empat perusahaan terkemuka memiliki 60 – 100% dari pangsa pasar.
- Oligopoli longgar, jika empat perusahaan terkemuka memiliki 40 - < 60% pangsa pasar
- Persaingan monopolistik, jika banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsa pasar
- Persaingan murni, jika lebih dari 50 pesaing, tidak satupun yang memiliki pangsa pasar berarti.

**b) IHH (*Indeks Herfindahl-Hirshman*)**

IHH atau *Indeks Herfindahl-Hirshman* muncul dikarenakan adanya kelemahan pada perkembangan rasio konsentrasi. Yang menyebabkan rasio ini lemah karena rasio ini tidak mengukur distribusi pangsa pasar dari keseluruhan yang ada pada industri. *Herfindahl-Hirshman Index* adalah jumlah dari kuadrat *market share* untuk semua perusahaan dalam suatu pasar industri.

Analisis ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar derajat konsentrasi pembeli dari suatu wilayah pasar, sehingga dapat diketahui secara

umum gambaran imbangan kekuatan posisi tawar-menawar antara penjual terhadap pembeli.

Sehingga dapat diketahui rumus dari *Herfindahl-Hirshman Indeks* adalah:

$$\mathbf{IHH = (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 \dots + (Kr_n)^2}$$

Sumber : AGRISE Vol XII No.2 Bulan Mei 2012

**Dimana :**

IHH= Indeks Herfindahl-Hirshman

n = jumlah pedagang yang ada pada suatu wilayah pasar produk

$Kr_i$  = Pangsa produksi ke  $i$  ( $i = 1, 2, 3, \dots n$ )

\*Klasifikasi struktur pasar dalam Indeks Herfindahl yaitu :

$IHH = 1$  , mengarah monopoli atau monopsoni

$IHH = 0$  , mengarah persaingan sempurna

$0 < IHH < 1$ , mengarah oligopoli atau oligopsoni

**c)  $CR_4$  (Concentration Ratio for Biggest Four)**

Concentration Ratio (CR) merupakan ukuran pangsa pasar dari perusahaan terbesar dalam suatu industri atau pangsa relatif perusahaan besar dari total industri Bikker dan Haaf (Wika, 2016). Sedangkan menurut Cammer dalam (Tri Candra, 2011)  $CR_4$  merupakan penjumlahan pangsa pasar empat perusahaan terbesar dari suatu wilyah pasar yang digunakan

untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar dari suatu wilayah pasar dengan rumus sebagai berikut :

$$CR_4 = \frac{K_1 + \dots + K_4}{K_{t1}} \times 100\%$$

Sumber : AGRISE Vol XII No.2 Bulan Mei 2012

Dimana :

$CR_4$  = Rasio Kosentrasi

$K_r$  = Jumlah Perusahaan yang diamati

$K_{r_{total}}$  = Jumlah Seluruh Sektor (Perusahaan) yang diamati

\*Dengan Kriteria :

- $CR_4 < 20\%$  menunjukkan pasar persaingan sempurna
- $20\% < CR_4 < 40\%$  menunjukkan pasar monopolitis
- $40\% < CR_4 < 80\%$  menunjukkan pasar oligopoly
- $CR_4 > 80\%$  menunjukkan pasar monopoli